

我国第一艘万吨级海洋科考船开建

主要目标是深海,将于2023年上半年建成



本报讯 (首席记者许琦敏)我国第一艘万吨级海洋科考船已进入建造阶段。记者日前获悉,中国船舶集团旗下广船国际有限公司与广东智能无人系统研究院在南沙签订了由中国船舶第七〇八研究所研发设计的综合科学考察船建造采购合同。该船最大作业排水量达1.01万吨,将于2023年上半年建成,建成后将成为国内排水量最大、综合能力最强的海洋科学考察船。

该科考船采用全电力驱动、DP2级动力定位系统,配备360°全视野驾驶室。由于耐波性好、抗涌浪强,具备4级海况收放作业能力,只要平均海面波高不超过2米,它就可以开展大部分科考工作。同时,这艘船还满足B级冰区加强要求。据该船总设计师、中国船舶第七〇八研究所高级工程师尉志源介绍,这艘科考船的主要目标是深海,一般不考虑去极地,极地科考的任务还是由“雪龙”号担纲。

这艘驶向未来的“万吨科考船”具备海洋综合科考能力,设有多波束、单波束、温盐深仪及测深仪等科考探测设备和支撑操作设备,可实现多学科海洋科学考察功能。“这艘船将采用一系列船型和装备创新技术,比如设置U型收放区、内置轨道滑移系统等,使科考船能够灵活地收放和装载科考设备,让操作过程更加平稳安全。”尉志源说,为了减少母船航行对科考数据采集的影响,“万吨科考船”将采用静音型推进系统、导流静音型侧推封阻系统,以解决以往科考船存在的侧推孔扰流、干扰声学作业等问题。

此外,该船还预留了多项科考装备的空间和接口,具备很强的科考拓展能力,可为多类型、全尺度科考设备提供试验保障,将科考与海洋工程的功能相融合,以适应和满足我国未来海洋科学考察的需要。

左图:“万吨科考船”海上航行效果图。

习近平电贺阮春福当选越南国家主席

(上接第一版)我高度重视中越关系发展,愿同你一道努力,以构建双方具有战略意义的命运共同体为指引,推动两国全面战略合作伙伴关系不断取得新的更大成果,更好造福两国和两国人民。

同日,国务院总理李克强致电祝贺范明政当选越南政府总理,表示愿同范明政总理一道努力,稳步推动发展战略对接,加快构建互利共赢合作格局,为中越睦邻友好与全面合作关系发展作出积极贡献。

据新华社北京4月5日电 近日,中共中央办公厅、国务院办公厅印发了《关于加强社会主义法治文化建设的意见》(以下简称《意见》),并发出通知,要求各地区各部门结合实际认真贯彻落实。

《意见》指出,社会主义法治文化是中国特色社会主义文化的重要组成部分,是社会主义法治国家建设的重要支撑。

《意见》强调,以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,全面贯彻党的十九大和十九届二中、三中、四中全会精神,深入学习贯彻习近平法治思想和习近平总书记关于文化自信的重要论述,把建设社会主义法治文化作为建设中国特色社会主义法治体系、建设社会主义法治国家的战略性、基础性工作和建设社会主义文化强国的重要内容,切实提高全民族法治素养和道德素质,着力建设面向现代化、面向世界、面向未来的,民族的科学的大众的社会主义法治文化,为全面依法治国提供坚强思想保证和强大精神动力,为全面建设社会主义现代化国家、实现中华民族伟大复兴的中国梦夯实法治基础。

《意见》总体目标为:通过不懈努力,宪法法律权威进一步树立,尊法学法守法用法氛围日益浓厚,法治文化事业繁荣兴盛,法治文化人才队伍不断壮大,社会主义法治文化建设工作体制机制进一步健全。到2035年,基本形成与法治国家、法治政府、法治社会相适应的社会主义法治文化,基本形成全社会尊法信法、遇事找法、解决问题用法、化解矛盾靠法的法治环境。

《意见》还提出了深入学习贯彻习近平法治思想,完善中国特色社会主义法治理论,大力弘扬宪法精神,在法治实践中持续提升公民法治素养,推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展,繁荣发展社会主义法治文艺,加强社会主义法治文化阵地建设,加强法治文化国际交流等八项主要任务。

(《意见》全文见文汇报网 www.whb.cn)

加强社会主义法治文化建设

依法、遇事找法、解决问题用法、化解矛盾靠法的法治环境

从小众玩具到千亿元市场,拆盲盒为何让人停不下来

——专家解读“盲盒热”背后的心理学和经济学原理

■本报记者 储舒婷

拥有 Molly 等 IP 的潮玩品牌泡泡玛特已于近日上市;河南博物院推出的“考古盲盒”一度引起热议;眼下,甚至连薯片都有了统一包装但不知道具体口味的盲盒装……一夜之间,似乎“一切皆盲盒”。

从最初的小众玩具,到形成规模可及千亿元的市场,并日渐风靡至日常生活中无处不见的各类产品——一只小小的盲盒为何有如此大的魔力?事实上,盲盒正引起不少心理学、经济学等学科研究者的兴趣。

“盲”的设计背后其实巧妙地利用了诸多心理学原理。”华东师范大学心理与认知科学学院副教授陆静怡曾在课上和学生共同探讨,消费者往往为了心理上的愉悦体验而不是为了产品的实际价值买单,也有不少人因此对盲盒上瘾。

也有经济学家指出,当越来越多的商家发现了盲盒营销的“财富密码”,越来越多的人从中获得情感快乐,盲盒也从个体的爱好衍生出了社交需求,从而形成了一股势不可挡的潮流。

拆盲盒最大的快感,正来自“拆”开的瞬间

“盲盒最吸引人的一点在于,打开之前,你只知道里面有一个小玩偶,却无法知道这个小玩偶具体是哪一款。这种不确

定性,吸引人们想要去看看包装的里面到底是什么。”陆静怡表示,盲盒之“盲”,即是先用未知的神秘感引起人们的好奇心,诱发一种不确定性。

心理学研究发现,消除不确定性会给人带来愉快的体验。所以,拆盲盒最大的快感,正来自“拆”开的瞬间,当掌握了未知信息后,不确定性被消除,人就会感到愉快。

简言之,正是这种愉快的体验导致人们不断想满足自己的好奇心。而事实上,类似的“卖关子”在生活中无处不在。比如说书人过去常用的“未完待续,且听下回分解”、电视剧总在情节进行到最关键处插播广告等等,都提升了参与者的体验感。正如一些盲盒爱好者所言,“购买盲盒,只有零次和无数次之分”。陆静怡对此的解释是,不确定性会推动重复购买的行为。

在一家线下盲盒商店记者看到,很多盲盒在打开之后,大概率是平平无奇的普通款,也有小概率是令人尖叫的隐藏款、限量款。泡泡玛特的盲盒产品中,涨价最猛的“潘神”隐藏款原价59元,二手市场售价高达2000多元。由于隐藏款的高溢价,使得购买盲盒就像一次赌博,几十元的投入就可能获得上万元的收益,因此不少人在大量的投入无果之后,更期待“一次开盒,全局翻盘”。

有统计显示,抽到隐藏款的概率一般只有0.69%,但很多人依然乐此不疲。“这实际上是利用了人们容易高估小概率的

心理。因为在自我认知中,人们往往认为自己是特别的、自己的运气比较好。”陆静怡说,很多人其实忽视了抽盲盒这一事件本身的低概率,认为自己也能幸运地抽一两次就得到隐藏款盲盒。

并非所有的商品都适合做成盲盒

在不少学者看来,如今备受00后、10后孩子喜爱的盲盒,从某种意义上来说并非新概念或新事物,早在上世纪初日本就出现了类似的营销方式。例如,20世纪初诞生的“福袋”,就是商家为减轻库存而诞生的销售模式,捕捉了消费者在低价格和不确定性之间的一个权衡心理。1980年代出现的“扭蛋”与动漫IP、钥匙扣、小挂件等结合,也采取了随处可见的线下销售模式。而在中国,上世纪90年代出现过类似的“集卡营销”,例如某些干脆面品牌产品捆绑赠送卡片,满足消费者收集兴趣,由此取得较好的营销收益。

“盲盒并不完全具有福袋‘薄利多销’‘物超所值’的特点,也没有集卡营销与主要产品的捆绑。眼下的盲盒主要以IP形式单独出现,以收集IP、获得限量款或隐藏款为主要吸引消费者关注。”上海大学经济学院副教授谭静认为,“偏好单个IP的消费者愿意为得到限量款反复购买,付出大量的‘沉没成本’。他们为了集齐全套产品就更忍不住继续抽这个系列的盲盒。当然,

这中间可能也存在着获得限量版带来的炫耀心理的激励。”

目前,盲盒已形成千亿级的市场,原本小众的玩法为何能在短短数年间成为流行风潮?谭静认为,这可以用两个经济学效应来解释。

一是“长尾效应”,即商业和文化的未来不在热门产品、不在传统需求曲线的头部,而在于需求曲线中无穷的尾巴。对于盲盒这样个性化、零散的、体量小的细分市场而言,只要流通渠道足够多,这些非流行的市场累积起来就会形成一个比流行市场更大的市场。这也是如今盲盒售卖遍地商场、地铁站等地的原因。

另一个则是“口红效应”。谭静分析,盲盒主要受众是十几岁到二十几岁的消费群体,这部分消费者可支配收入相对较低、预算约束也较为明显,但消费欲望又存在,因此当盲盒结合自己中意的IP形象,就激发了这部分群体在收入较低的情况下也愿意不断消费的心理。

“然而,并非所有商品都适合盲盒式的营销策略。只有让消费者认为‘物超所值’或具备稀有属性的限量产品,才能吸引人们反复购买。”谭静认为,不仅购买者要理性消费,生产者也不能指望“一招鲜吃遍天”,把不合适的产品做成盲盒。此外,当消费者变得足够理性时,单纯靠捕捉消费者心理的模式显然可能带来商业上的风险,拥有卓越的文化创意和IP,才是让盲盒产业更具竞争力和持续性的“王道”。

用心用情用力解决基层困难事群众烦心事

(上接第一版)立足本职岗位为人民服务,从最困难的群众入手,从最突出的问题抓起,从最现实的利益出发,用心用情用力解决基层的困难事、群众的烦心事,增强人民群众的获得感幸福感安全感,激励全党全国各族人民以昂扬姿态奋力开启全面建设社会主义现代化国家新征程。

《通知》强调,要聚焦聚力重点任务,着力贯彻新发展理念办实事,让群众分享高质量发展成果、共享高品质幸福生活;着力巩固拓展脱贫攻坚成果办实事,建设美丽宜居、业兴人和的社会主义新农村;着力保障基层

需求和存在的普遍性问题,聚焦发展亟待解决的痛点难点问题,聚焦长期未能解决的民生历史遗留问题,研究提出和实施“我为群众办实事”重点项目。集中出台一批有利于巩固拓展脱贫攻坚成果、全面推进乡村振兴的政策举措,推出一批为惠民便民的实招硬招,实施一批直接造福于民的项目工程,解决一批损害群众利益的矛盾纠纷。要深化岗位建功和志愿服务活动,带动社会力量和广大群众积极参与,提升数字化智能化服务水平,推动形成各级党组织聚焦聚力、广大党员积极行动、社会各界和人民群众踊跃参

与的良好局面。《通知》要求,各级党组织要加强组织领导,研究确定重点民生项目清单,协调推进重点工作任务;要注重分类分层次实施,针对不同地区、不同领域、不同层级党组织分别提出要求;要加强宣传引导,深入报道党中央决策部署和工作要求,充分反映基层的经验做法和实际成效;要坚持从实际出发,尽力而为、量力而行,科学安排为群众办实事项目。要力戒形式主义、官僚主义,注意为基层减负,切实把好事办好,把实事办好,办到群众心坎上。

架,终于形成了具有震撼力的实验性作品。

目前,越来越多青年编导和舞者有意愿来上海建立工作室,舞蹈创作生态也越来越繁荣。“让青年艺术家的新作从排练厅走进剧场,再从小剧场搬进大剧场,就是我们的

上海缘何成为青年艺术家新作“首演之城”

(上接第一版)与往年相比,新作选题更趋多样,现实题材占多数,聚焦中国传统元素的作品也不少。“与青年编导合作,我们始终秉持一种态度,就是接受他们的失败,陪伴他们的成长,鼓励他们继续往前走。”上

海国际舞蹈中心剧场总经理张博文说。国舞剧场委约作品《流量》历经几番打磨,时间跨度超过两年。从百人规模的试演到正式首演,直至现代舞双年展特别演出,剧场与青年编导江帆一起倾听观众意见,探讨戏剧构

架,终于形成了具有震撼力的实验性作品。目前,越来越多青年编导和舞者有意愿来上海建立工作室,舞蹈创作生态也越来越繁荣。“让青年艺术家的新作从排练厅走进剧场,再从小剧场搬进大剧场,就是我们的

清明假期申城接待游客870.95万人次

(上接第一版)上海市重点文化场所共接待游客70.68万人次。其中,对外开放的43家美术馆举办展览82项、公共教育活动28项,共接待观众5万人次,同比增加571%;开放的78家博物馆举办临时展览45场,共接待观众23.9万人次;公共文化场所(文化馆、图书馆、社区文化活动中心、非遗传习所)组织开展各类线下活动1204场,累计接待市民18.08万人次,其中,各类图书馆接待6.81万人次;各演出场所所有165场演出,累计接待15万人次。

清明假期,上海市文化旅行社行业系统各单位按照文旅部、市委市政府要求,持续做好疫情防控工作,确保节日期间全市文化和旅游市场运行安全稳定,文化旅游行业系统未发生重大安全突发事件,相关场所未发现重大防控漏洞。小长假期间,上海公安机关持续启动社会面防控高等级勤务。全市报警类110警情同比下降23.1%,未发生重大刑事、治安案件和交通、火灾事故。

清明假期,上海市文化旅行社行业系统各单位按照文旅部、市委市政府要求,持续做好疫情防控工作,确保节日期间全市文化和旅游市场运行安全稳定,文化旅游行业系统未发生重大安全突发事件,相关场所未发现重大防控漏洞。小长假期间,上海公安机关持续启动社会面防控高等级勤务。全市报警类110警情同比下降23.1%,未发生重大刑事、治安案件和交通、火灾事故。

今年也是建党百年,红色旅游成为假期最大亮点。统计显示,上海纳入假日监测统计的8家红色主题类景区(点)现场累计接待游客8.7万人次,75家烈士纪念馆接待线上线下祭扫、浏览人次近400万。携程、飞猪等旅游预订平台上,红色旅游人群95后和00后占比近50%。00后的红色旅游预订量增速最快,同比涨幅630%。

清明假期,上海市文化旅行社行业系统各单位按照文旅部、市委市政府要求,持续做好疫情防控工作,确保节日期间全市文化和旅游市场运行安全稳定,文化旅游行业系统未发生重大安全突发事件,相关场所未发现重大防控漏洞。小长假期间,上海公安机关持续启动社会面防控高等级勤务。全市报警类110警情同比下降23.1%,未发生重大刑事、治安案件和交通、火灾事故。

清明假期,上海市文化旅行社行业系统各单位按照文旅部、市委市政府要求,持续做好疫情防控工作,确保节日期间全市文化和旅游市场运行安全稳定,文化旅游行业系统未发生重大安全突发事件,相关场所未发现重大防控漏洞。小长假期间,上海公安机关持续启动社会面防控高等级勤务。全市报警类110警情同比下降23.1%,未发生重大刑事、治安案件和交通、火灾事故。

商业化受托资产处置公告

上海锦项投资管理有限公司拥有以下《债权清单》所列的2户企业债权,现交通银行股份有限公司上海市分行接受委托,拟对《债权清单》所列债权进行公开处置,现予以公告。

交易条件为:交易对象信誉良好,需一次性支付价款并承担购买债权所带来的风险。对交易对象的要求:具有完全民事行为能力、支付能力的法人、组织或自然人,且以下人员不得购买:国家公务员、金融监管机构工作人员、政法干警、资产公司工作人员、国有企业债务人管理层以及参与资产处置工作的律师、会计师、评估师等中介机构等关联人。

公告期限:自本公告发布之日起20个工作日止,如有购买意向请以书面形式提出。公告期内同时受理该资产处置有关异议和咨询。

受理公示事项联系人:蔡先生
联系电话:021-63111000*3329 电子邮件:caihang@bankcomm.com
受理排斥、阻挠征询或异议的联系人和举报电话:唐先生 021-53856178 联系地址:上海市黄浦区中山南路99号交银大厦交通银行股份有限公司上海市分行 2021年4月6日

债权清单					其中				
本金及利息计算至2021年4月1日					单位:人民币、元				
序号	债务人名称	本金	利息	垫付费用	担保方式	保证情况	质押情况	抵押情况	所在地
1	上海安特新材料有限公司	0.00	11,389,704.16	91,850.00	保证	山西安特新材料有限公司、吴连生、袁俊	-	-	-
2	上海大千美实业有限公司	0.00	5,794,710.07	0.00	保证/抵押	黄海伯、刘增娣	-	朱枫公路1201、1233、1257号,朱家角镇西洋淀村1、150、151、152、153号	上海
合计			17,184,414.23	91,850.00	-	-	-	-	-